**Naturalnie że lokalnie – produkt lokalny na obszarach Natura 2000**

Dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze regionu jest jego wartością, która zauważona   
i odpowiednio wykorzystana w strategiach i planach rozwoju, procentuje na przyszłość. Szczególnie predystynowane do rozwoju w oparciu o dziedzictwo są obszary objęte ochroną, obszary wiejskie i małych miejscowości. Fundacja Wspierania Inicjatyw Ekologicznych we współpracy merytorycznej z Fundacją Miejsc i Ludzi Aktywnych uruchamia w 2015 r. cykl szkoleniowy „Szkoła Rozwoju – Ekomarka” aby pokazać szanse i możliwości wykorzystania potencjału obszarów Natura 2000 pod kątem rozwoju regionu, pobudzania przedsiębiorczości. Szkolenia odbędą się w ramach projektu „Natura 2000-Pozytywna Inspiracja” dofinansowanego ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie. Projekt realizowany jest pod honorowym patronatem Małopolskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Karniowicach oraz pod patronatem Regionalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska w Krakowie i Regionalnej Dyrekcji Lasów Państwowych w Krakowie.

Dziedzictwo regionu i związane z nim produkty, zawody, ludzie mogą stanowić dla mieszkańców danego miejsca powód do dumy, a dla turystów, osób z zewnątrz – niebywałą atrakcję i powód do przybycia lub zamieszkania w danym miejscu. Bardzo duży potencjał rozwoju miejsca leży w lokalnych produktach, które mogą stać się źródłem przedsiębiorczości i aktywności mieszkańców. W oparciu o produkt lokalny mogą powstawać nowe firmy, nowe miejsca pracy zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

W Polsce funkcjonuje dziś definicja produktu lokalnego z 2002 r., (należąca do autora tekstu) wypracowana w wyniku spotkań, konsultacji z producentami, instytucjami, pasjonatami produktów lokalnych:

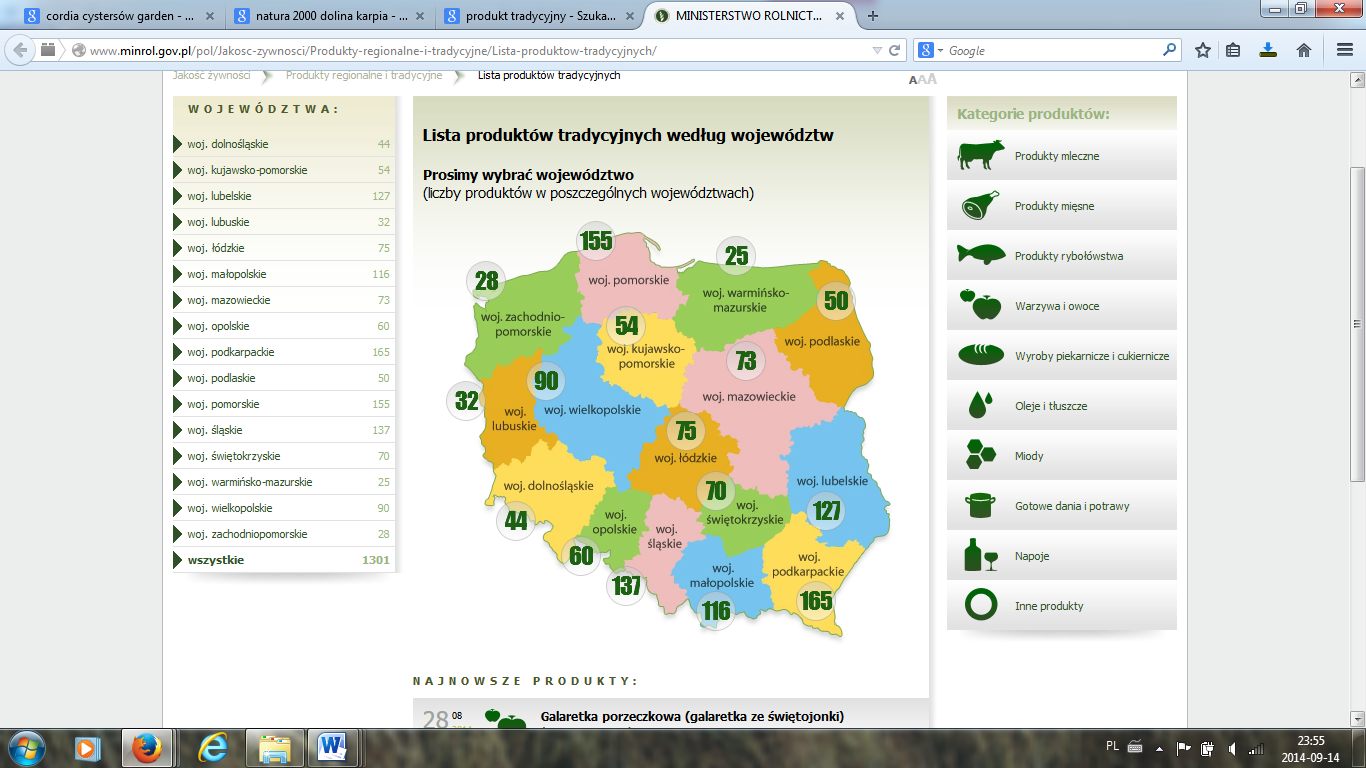
*Produkt lokalny – wyrób lub usługa, z którą utożsamiają się mieszkańcy regionu, produkowana w sposób niemasowy i przyjazny dla środowiska, z surowców lokalnie dostępnych. Produkt lokalny staje się wizytówką regionu poprzez wykorzystanie jego specyficznego i niepowtarzalnego charakteru oraz angażowanie mieszkańców w rozwój przedsiębiorczości lokalnej /autor definicji: Olga Gałek w konsultacji z Zespołem ds. produktu lokalnego, działającego w latach 2002-2009/.*

*Za produkt lokalny uznaje się zatem: produkty spożywcze, rękodzieło, wytwory będące przejawem artystycznych pasji twórców, zakorzenione w tradycji regionów (np. zespoły, stroje ludowe), usługi związane z prezentacją regionu i produktów z nim związanych (np. warsztaty twórcze, usługi przewodnickie, warsztaty edukacji kulturowej i przyrodniczej), jak również lokalne wydarzenia (święta) – takie jak np. Święto Wrzosu.*

Z produktem lokalnym związane są dwie bardzo ważne definicje – produkt tradycyjny oraz produkt z oznaczeniem geograficznym. Dotyczą one tylko produktów spożywczych, wiążą się z nimi regulacje prawne i zasady rejestracji.

*Produkty tradycyjne – są to produkty rolne i środki spożywcze, których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji - wykorzystywanych od co najmniej 25 lat.* Prawo do wpisu na listę produktów tradycyjnych mają produkty, które charakteryzują się tradycyjną, ugruntowaną w czasie metodą wytwarzania, których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji. Podstawą rejestracji jest tradycja wytwarzania i szczególna oraz niepowtarzalna jakość związana z historycznie ugruntowanymi przepisami, metodami produkcji i sposobami przetwarzania, które gwarantują wysoką jakość otrzymanego produktu.

Urzędy Marszałkowskie sporządzają listy produktów tradycyjnych z konkretnych województw. Przygotowano specjalne formularze służące inwentaryzacji produktów tradycyjnych z danego województwa. Urzędy Wojewódzkie rekomendują produkty znajdujące się na listach wojewódzkich do wpisu na Krajową Listę Produktów Tradycyjnych.



Źródło: [**www.minrol.gov.pl**](http://www.minrol.gov.pl)

„PRODUKT CHRONIONY OZNACZENIEM GEOGRAFICZNYM UE” – określenie to ma zastosowanie tylko do produktów spożywczych, które są uprzednio uznane za produkty tradycyjne. O oznaczenie geograficzne mogą zatem aplikować tylko produkty wpisane   
na Ogólnopolską Listę Produktów Tradycyjnych. Wyróżniono 3 rodzaje oznaczeń: Chroniona Nazwa Pochodzenia, Chronione Oznaczenie Geograficzne, Gwarantowana Tradycyjna Specjalność.



Żadne z omówionych definicji i oznaczeń dla produktów nie reguluje zasad wprowadzania na rynek tychże produktów. Definicja produktu lokalnego wyznacza szerokie ramy odkrywania   
i wprowadzania do świadomości mieszkańców, potencjalnych klientów produktów spożywczych, niespożywczych i inicjatyw cennych lokalnie opartych o dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe regionu. Oznaczenia produkt tradycyjny czy produkt chroniony   
w UE – zapewniają danej nazwie produktu ochronę, przypisują im miejsce pochodzenia   
lub/i niepowtarzalne cechy i metody produkcji. Aby wprowadzić na rynek dany produkt osoba, stowarzyszenie czy firma musi spełnić wszelkie wymagania formalno-prawne obowiązujące przedsiębiorców czy też osoby prawne (w przypadku odpłatnej działalności statutowej organizacji). Dodatkowo produkując dany produkt – producent musi poddać się certyfikacji produktu w wyznaczonej jednostce certyfikującej, by móc posługiwać się określoną nazwą produktu (np. karp zatorski, miód wrzosowy z Borów Dolnośląskich czy bugle zembrzyckie).

**Karp to naturalny skarb – przykład budowania marki miejsca w oparciu   
o rozpoznawalny produkt lokalny na obszarze Natura 2000.**

Dolina Karpia to obszar atrakcyjnych turystycznie i przyrodniczo siedmiu gmin położonych   
w Małopolsce, pomiędzy Krakowem, Oświęcimiem oraz Wadowicami i Kalwarią Zebrzydowską. Znaczna część Doliny Karpia objęta jest ochroną Natura 2000, a źródłem wielu inicjatyw jest woda i pływający w niej karp. Produkcja karpia zatorskiego prowadzona jest na terenie trzech sąsiadujących ze sobą gmin położonych w zachodniej części województwa małopolskiego: Zator, Przeciszów i Spytkowice. Gminy te od 2003 realizują wspólny projekt „Dolina Karpia”, do którego w procesie tworzenia lokalnej grupy działania dołączyły 4 gminy: Polanka Wielka, Osiek, Tomice i Brzeźnica.

KARP ZATORSKI jest rozpoznawalnym produktem lokalnym i symbolem Doliny. Wpisany jest na Listę Produktów Tradycyjnych oraz posiada unijne oznaczenie - 25.05.2011 został zarejestrowany jako chroniona nazwa pochodzenia. Dzięki metodzie hodowli karp zatorski nie ma posmaku mułu. Cena karpia zatorskiego jest o 10-15% wyższa niż karpia   
z innego obszaru geograficznego, co świadczy o jego wzorowej opinii wśród klientów.

Karp spełnia rolę integrującą – połączył gminy w celu rozwoju regionu, dał początek marce Dolina Karpia, która jest sukcesywnie budowana. W regionie prowadzonych jest wiele działań związanych z pobudzaniem aktywności mieszkańców, rozwoju turystyki. Społeczność włącza się w organizowane konkursy kulinarne na produkt lokalny, w tworzenie QUESTÓW tj. nieoznakowanych tras, prowadzących wierszowaną instrukcją do odkrycia lokalnego skarbu ([www.bestquest.pl](http://www.bestquest.pl)). Turyście chętnie odwiedzają Dolinę Karpia podczas cyklicznych wydarzeń. Niezapomnianym przeżyciem jest udział w Żniwach Karpiowych czy wędzeniu karpia. Karp wędzony to prawdziwy rarytas dostępny pod marką Skarby Doliny Karpia. Jest również wpisany na Listę Produktów Tradycyjnych. Wokół karpia rozwija się „rękodzieło karpiowe” związane z podaniem go do stołu, ale również wykorzystaniem jako symbolu szczęścia, dostatku – karpik na torebce, łuska karpia w portfelu aby zapewniała dobrobyt.   
W Dolinie karpia można spotkać na licznych tablicach reklamowych, a nawet na placu zabaw jako „złotą rybkę” będącą symbolem przedszkola.

**Wrzosowe powody do dumy – szansa dla ludzi z pasją**

W okolicy Przemkowa w województwie dolnośląskim wrzos i słodki wyrób z nim związany stały się inspiracją do wspólnych działań społeczności lokalnej kilka lat temu. „Wrzosowa Kraina” to dziś marka lokalna – hasło pod którą prowadzone są działania społeczne, gospodarcze służące rozwojowi obszaru, inicjatyw oraz konkretnych osób aktywnych w swym środowisku lokalnym. Miód wrzosowy z Borów Dolnośląskich jako produkt lokalny posiadający unijne chronione oznaczenie geograficzne to jeden z istotnych produktów Wrzosowej Krainy, produkowany od 40 lat przez Pasiekę „Maja”. Właściciel pasieki Pan Stanisław prócz wiedzy i praktyki w produkcji miodu posiadł umiejętność prowadzenia warsztatów i lekcji edukacyjnych w tym zakresie. Można więc degustować miód, lać wosk, wyprodukować własną pachnącą świeczkę, a na koniec zakupić słodką pamiątkę w sklepiku. W gospodarstwie agroturystycznym „Gajówka Głuszec” grupy szkolne, dzieci i dorośli otrzymają cenne informacje odnośnie właściwości ziół i szeroko rozumianej edukacji ekologicznej. Bogusia – gospodyni Gajówki, - nieprzerwanie od 7 lat prowadzi firmę i poszerza sukcesywnie ofertę turystyczną i edukacyjną. Goście pod jej okiem uczą się rozpoznawania ziół, przygotowują olejki do kąpieli, litewskie pierogi i herbatki ziołowe.

Dziedzictwo przyrodnicze, kulturowe i edukacja ekologiczna stały się podstawą lokalnych biznesów dzięki pasji twórców, społeczników oraz połączeniu ich pod jedną wspólną marką. Grupy mogą zamówić kompleksową ofertę pobytowo-edukacyjną, którą tworzą lokalni producenci i usługodawcy.

W kreowaniu pozytywnego wizerunku regionu, produktów z danego regionu w oczach odbiorców, mogą pomóc działania brandingowe – wprowadzenie marki lokalnej, z którą utożsamiają się jej użytkownicy. Rola marki lokalnej wykracza zasięgiem daleko poza narzędzie marketingowe oraz formalno-prawne uregulowania. Stanowi ona bowiem przyczynek do współpracy pomiędzy mieszkańcami regionu. Temu zagadnieniu poświęcone będą szkolenia „Szkoła Rozwoju – Ekomarka”. Szkolenia adresowane do aktywnych mieszkańców obszarów Natura 2000, pomogą w odkrywaniu wartości danego obszaru oraz określeniu kierunków jego rozwoju.

Niniejszy materiał został opublikowany dzięki dofinansowaniu Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska   
i Gospodarki Wodnej. Za jego treść odpowiada wyłącznie Fundacja Wspierania Inicjatyw Ekologicznych.

***Olga Gałek, Fundacja Miejsc i Ludzi Aktywnych***